

La Strategia della Preminenza

di [Assunta Incarnato](#)

Pubblicato il 11 Giugno 2019

Come diventare imprenditori di successo e creare allo stesso tempo ricchezza e benessere per sé, gli altri e il contesto economico-sociale? Cosa deve fare un'azienda per costruire il proprio brand? Cosa può fare il consulente per aiutare i propri clienti nel corretto percorso di crescita?

Come diventare imprenditori di successo e creare allo stesso tempo ricchezza e benessere per sé, gli altri e il contesto economico-sociale

Uno degli insegnamenti più preziosi che ho ricevuto negli ultimi anni di carriera professionale è quello della "Strategia della Preminenza", che ha radicalmente influenzato e permeato il mio atteggiamento nei confronti dei miei clienti, dei miei collaboratori, dei miei fornitori.

Me ho sentito parlare qualche anno fa durante un evento formativo rivolto agli imprenditori, e proprio in quell'occasione ho potuto ascoltare uno speech dal vivo di colui che ha approfondito e studiato tale teoria, Jay Abraham.



Jay Abraham è uno dei più importanti (e pagati) consulenti di aziendali al mondo, relatore e autore, fondatore e CEO di Abraham Group.

La Strategia della Preminenza è un concetto grazie al quale è possibile appropriarsi di un vantaggio competitivo significativo grazie alle relazioni che si instaurano – appunto – con clienti, collaboratori, fornitori.

Vediamo assieme alcuni punti cardine di questa filosofia, per poi passare ad una dimostrazione empirica degli effetti che questa filosofia può avere sul valore aziendale.

Un fondamentale cambio di mentalità

Prima di tutto è necessario che un'azienda (azienda in termini estensivi, e quindi anche intendendo in tal senso libero professionisti, etc...) cambi "*punto di vista*", pensando all'utente finale e non all'azienda

stessa.

Le aziende dovrebbero quindi pensare più a fornire soluzioni utili ai loro clienti, che a vendere servizi e/o prodotti nell'immediato.

Affermazione che potrebbe sembrare banale, oppure filosofica.

Ma – guarda caso – ci sono tantissime imprese che hanno performance economiche e finanziarie deludenti perché gli imprenditori sono più innamorati dei propri prodotti invece che dei propri clienti.

Ed è ass

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento